

COMMISSIONE PARLAMENTARE

per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi

S O M M A R I O

Sulla pubblicità dei lavori	44
Audizione del direttore generale della Rai (<i>Svolgimento e conclusione</i>)	44
Comunicazioni del presidente	45
ALLEGATO (<i>Quesiti per i quali è pervenuta risposta scritta alla presidenza della Commissione (dal n. 628/3051 al n. 638/3078)</i>)	46
AVVERTENZA	45

Martedì 1° agosto 2017. — Presidenza del presidente Roberto FICO. — Intervengono, per la Rai, il direttore generale, Mario Orfeo, e il direttore delle relazioni istituzionali, Fabrizio Ferragni.

La seduta comincia alle 20.50.

Sulla pubblicità dei lavori.

Roberto FICO, *presidente*, comunica che ai sensi dell'articolo 13, comma 4, del regolamento della Commissione, la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche mediante l'attivazione del sistema audiovisivo a circuito chiuso, la trasmissione diretta sulla *web-tv* e, successivamente, sul canale satellitare della Camera dei deputati.

Audizione del direttore generale della Rai.

(*Svolgimento e conclusione*).

Roberto FICO, *presidente*, dichiara aperta l'audizione in titolo.

Mario ORFEO, *direttore generale della Rai*, svolge una relazione.

Intervengono, per formulare quesiti e richieste di chiarimento, il senatore Alberto AIROLA (M5S), i deputati Vinicio Giuseppe Guido PELUFFO (PD), Maurizio LUPI (AP-CpE-NCD) e Pino PISICCHIO (Misto), i senatori Salvatore MARGIOTTA (PD), Federico FORNARO (Art.1-MDP), Maurizio GASPARRI (FI-PdL XVII) e Francesco VERDUCCI (PD), il deputato Giorgio LAINATI (AP-CPE-NCD), il senatore Luigi D'AMBROSIO LETTIERI (GAL-DI, GS, MPL-RI), le deputate Lorenza BONACCORSI (PD), Mariastella GELMINI (FI-PDL), il deputato Fabio RAMPPELLI (FDI-AN) e Roberto FICO, *presidente*.

Mario ORFEO, *direttore generale della Rai*, risponde ai quesiti posti.

Roberto FICO, *presidente*, nel ringraziare il dottor Orfeo, dichiara conclusa l'audizione.

Comunicazioni del presidente.

Roberto FICO, *presidente*, comunica che sono pubblicati in allegato, ai sensi della risoluzione relativa all'esercizio della potestà di vigilanza della Commissione sulla società concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo, approvata dalla Commissione il 18 marzo 2015, i quesiti dal n. 628/3051 al n. 638/3078, per i quali

è pervenuta risposta scritta alla Presidenza della Commissione (*vedi allegato*).

La seduta termina alle 22.50.

N.B.: Il resoconto stenografico della seduta della Commissione è pubblicato in un fascicolo a parte.

AVVERTENZA

Il seguente punto all'ordine del giorno non è stato trattato:

*UFFICIO DI PRESIDENZA INTEGRATO
DAI RAPPRESENTANTI DEI GRUPPI*

ALLEGATO

**QUESITI PER I QUALI È PERVENUTA RISPOSTA SCRITTA ALLA
PRESIDENZA DELLA COMMISSIONE (dal n. 628/3051 al n. 638/3078)**

BOCCADUTRI. – *Al Direttore generale della Rai* – Premesso che:

la RAI ha acquisito a titolo oneroso i diritti in esclusiva per la diffusione radiofonica della Nazionale di calcio, che sta disputando gli incontri valevoli per la qualificazione ai Mondiali 2018, per gli incontri dell'Under 21 inerenti al Campionato Europeo, per la finale di Coppa Italia di serie A (Tim Cup) e per le partite casalinghe della squadra italiana finalista della Champions League;

tali diritti acquisiti non sono stati oggetto di alcuna azione di tutela da parte di Radio Rai; infatti, sono diverse le emittenti che trasmettono in contemporanea sul territorio nazionale o pluriregionale tali radiocronache, a titolo esemplificativo e non esaustivo RTL 102.5 e Radio Sportiva;

la Rai, dunque, non sembrerebbe titolare di diritti esclusivi;

si chiede di sapere:

se l'azienda sia a conoscenza di tale situazione e se stia programmando azioni a tutela dei diritti acquisiti in esclusiva. (628/3051)

RISPOSTA. – *In merito all'interrogazione in oggetto si informa di quanto segue.*

In linea generale, i diritti radiofonici sono originariamente concessi in licenza in via non esclusiva dai titolari degli stessi. Ciò avviene per due ordini di motivi: la priorità che gli organizzatori attribuiscono alla diffusione dell'evento sportivo rispetto alla sua commercializzazione (visto il ridotto valore di mercato dei relativi diritti); la complessità di tutelare l'esclusiva dei diritti radio (considerato sia il continuo e rapido sviluppo tecnologico che rende sem-

pre più semplice la diffusione di un prodotto audio, sia l'ingente numero di emittenti radiofoniche presenti sul territorio).

Si riporta di seguito l'elenco degli eventi sportivi citati suddivisi in base alla tipologia dei diritti radiofonici acquisiti:

Diritti in esclusiva;

Accordo RAI/Lega Serie A per Coppa Italia e Supercoppa Italiana, stagioni sportive 2015/2016;

Diritti non in esclusiva:

Campionato Europeo Under 21;

Incontri di qualificazione per i Mondiali 2018 della Nazionale A;

Finale di Champions League disputata da una squadra italiana (al riguardo si segnala che – per regolamento imposto dalla UEFA – i diritti radiofonici degli eventi che ricadono sotto l'egida della UEFA sono sempre non esclusivi).

Ancora, è da rilevare il tema dell'esercizio del diritto di cronaca radiofonica; questo è ampiamente tutelato dalla normativa e dalle competenti Autorità al punto che, in alcuni casi, le modalità di sfruttamento sono tali da confondersi con la radiocronaca integrale che necessita invece dell'acquisizione di un diritto specifico. Un esempio su tutti è dato dalle partite del Campionato italiano di Calcio Serie A, rispetto alle quali il regolamento per l'esercizio della cronaca radiofonica consente numerosi interventi in diretta per ciascun tempo di gioco (in particolare, le emittenti radiofoniche dispongono di una finestra informativa di 3 minuti ogni 15 minuti di gioco fino ad un massimo di tre finestre per ognuno dei tempi di gara).

Sotto il profilo operativo, peraltro, si evidenzia che un monitoraggio tecnico finalizzato a verificare eventuali abusi delle norme sopra richiamate risulta molto complesso, anche alla luce dell'elevato numero di soggetti potenzialmente coinvolti e della continua evoluzione tecnologica (che consente modalità di trasmissione audio fuori dalle postazioni cronaca dedicate, di difficile controllo anche da parte degli organizzatori dell'evento, sportivo e non).

In ogni caso, Rai ha provveduto a segnalare il caso oggetto dell'interrogazione sia all'Agenzia CAA11/UEFA sia alla Lega Calcio Serie A, chiedendo riscontro sull'eventuale titolarità dei diritti da parte delle emittenti citate.

Da ultimo, si evidenzia come la Rai – in occasione della pubblicazione delle Linee Guida per la commercializzazione dei diritti della Lega Serie A, stagioni sportive 2018/2021, sottoposte all'attenzione delle emittenti italiane da AGCOM e AGCM – abbia espressamente ribadito alle Autorità la necessità di rafforzare il controllo da parte degli organizzatori degli eventi per la tutela dei diritti degli assegnatari dei pacchetti radiofonici a pagamento.

TOSATO, CROSIO. – *Alla Presidente e al Direttore generale della Rai – Premesso che:*

il giorno 13 giugno è andato in onda un servizio nel corso della trasmissione Cartabianca in cui la conduttrice ha presentato « un episodio molto grave » messo in atto dalle « guardie carcerarie », etichettando così gli appartenenti al Corpo di Polizia Penitenziaria con il più spregevole degli aggettivi, accaduto presso la Casa Circondariale di Piacenza;

le immagini mostrano un gruppo di agenti che intervengono, secondo quanto prevede il regolamento di servizio, per vincere la resistenza di un detenuto, il cui precedente comportamento non viene però mostrato nel video;

la notizia così presentata, lontana dal fornire una compiuta e corretta informa-

zione, non solo offende la professionalità degli agenti di Polizia Penitenziaria, ma pone addirittura interrogativi sulla legittimità dell'intervento degli operatori, eludendo la normativa di riferimento e per di più mostra chiaramente i volti degli agenti intervenuti, mettendone a repentaglio la loro incolumità e quella delle loro famiglie;

sebbene il video non dimostri alcuna violenza illecita nei confronti del detenuto, l'incedere della conduttrice sembrava voler sottintendere che la Polizia Penitenziaria svolge il proprio servizio fuori dalle regole, parlando solo marginalmente del fatto che la Procura della Repubblica di Piacenza ha chiesto l'archiviazione del caso e, viceversa, evidenziando che il difensore del detenuto presenterà opposizione;

la Rai, in quanto concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo, ha l'obbligo di fornire un'informazione basata sui principi di imparzialità, pluralismo e completezza. Nel servizio andato in onda tali principi sono stati completamente disattesi;

si chiede di sapere:

quali azioni intendano mettere in atto per difendere l'onorabilità del Corpo di Polizia Penitenziaria, che è stata minata dal servizio andato in onda il 13 giugno, anche prevedendo al più presto possibile la messa in onda di un servizio, nel corso della medesima trasmissione, in cui si evidenzino il lavoro, le difficoltà e i compiti istituzionali della Polizia Penitenziaria. (629/3052)

RISPOSTA. – *In merito all'interrogazione in oggetto si informa di quanto segue.*

In primo luogo, si evidenzia come non fosse in alcun modo intenzione della redazione sottovalutare l'opera che ogni giorno viene svolta dal Corpo di Polizia Penitenziaria nelle carceri italiane; ciò premesso, si è comunque ritenuto che il documento in questione potesse avere un suo valore giornalistico: al di là delle verifiche che verranno effettuate dall'autorità giudiziaria (che ha aperto un'inchiesta sul caso), in-

fatti, è sembrato doveroso dare conto di un simile episodio. Inoltre il documento è pubblico e contenuto negli atti dell'inchiesta.

Tutto ciò premesso, con riferimento specifico al servizio, si mette in evidenza come la conduttrice si sia limitata a narrare i fatti senza fare alcun riferimento al comportamento degli agenti o mettere in dubbio che lo stesso non fosse avvenuto nell'ambito delle disposizioni regolamentari. Quanto alla riconoscibilità dei volti, la qualità delle immagini – riprese dalla telecamera di sorveglianza – è tale da rendere tale operazione di fatto impossibile.

Sulla questione dell'uso della definizione di « guardie carcerarie » invece che di Agenti di Polizia Penitenziaria la redazione, nella consapevolezza dell'errore commesso, si è già scusata direttamente con il sindacato U.S.S.P., precisando come lo stesso sia dipeso unicamente da ragioni di tempo.

GASPARRI, GIOVANARDI. – *Alla Presidente e al Direttore generale della Rai.* – Premesso che:

il prossimo 27 giugno ricorre il 37esimo anniversario del disastro di Ustica, quando un aereo di linea Douglas DC-9-15 della compagnia italiana Itavia, decollato dall'aeroporto di Bologna e diretto a Palermo, si squarciò all'improvviso in volo e cadde nel braccio di mare compreso tra le isole di Ustica e Ponza. Nel disastro persero la vita tutti gli 81 occupanti dell'aereo;

molti aspetti di questa strage, a partire dalle cause, non sono ancora stati chiariti;

la Rai ha previsto per l'occasione una ricca programmazione speciale in cui spicca e prevale lo spazio destinato al sostegno dell'ipotesi del missile quale causa del disastro, smentita in ogni grado del giudizio penale;

non risulta che nella programmazione sia prevista una qualunque forma di contraddittorio o che si dia conto delle conclusioni cui sono giunti i maggiori

esperti internazionali, o si dia spazio al documentario del National Geographic, né al libro scritto dall'ex segretario della Commissione stragi, Eugenio Baresi, che racconta aspetti di quella tragedia diversi da quelli proposti da Purgatori ma perfettamente in linea con le sentenze penali;

si chiede di sapere:

quali siano le ragioni che hanno spinto la Rai, nella ricostruzione della strage di Ustica, a propagandare una teoria che non ha retto al dibattito e che la Corte di Assise d'Appello di Roma ha bollato come fantascientifica;

se non si ritenga doveroso modificare il palinsesto al fine di garantire una corretta informazione che preveda in primo luogo la separazione dei fatti dalle opinioni e tutte le ipotesi ancora in campo sulle cause della strage. (630/3053)

RISPOSTA. – *In merito all'interrogazione in oggetto si informa di quanto segue.*

La Rai ha programmato lo scorso 27 giugno – in occasione del 37esimo anniversario della strage di Ustica I – una serie di iniziative specifiche, che hanno trattato la questione con la dovuta attenzione e il necessario equilibrio. Nel segnalare che tutte le testate Rai hanno dedicato ampia copertura informativa all'Anniversario, si riepilogano di seguito le specifiche iniziative realizzate ad hoc.

Rai 1: Uno Mattina estate (dalle 7.10) e La vita in diretta estate (dalle 15.35). In particolare, all'interno della Vita in diretta estate è stato trasmesso un servizio che ha ricostruito la vicenda (dall'incidente, alle indagini, ai depistaggi, alle ipotesi...), riportando anche le immagini del museo in cui è conservata la carcassa del DC9 ITAVIA.

Rai 3: (ore 08:00) ha trasmesso un servizio filmato sull'evento.

TGR: la redazione della Sicilia, in occasione dell'anniversario del disastro aereo di Ustica, ha dedicato all'evento spazi in tutti gli appuntamenti di informazione, a cominciare da « Buongiorno regione » (7.30). Sono stati inoltre trasmessi servizi

dedicati sia alla ricostruzione dell'evento, sia alle inchieste che si sono succedute nel tempo.

Rai Movie: Film « L'estate di Martino » (15.50). Regia di Massimo Natale con Treat Williams, Luigi Ciardo e Matilde Maggio. Nell'estate di Ustica, l'amicizia con un ufficiale americano segna la maturazione per il giovane Martino. Sceneggiatura di Giorgio Fabbri premiata al Solinas 2007.

Rai Storia.

Il giorno e la Storia (ore 00.00 e in replica alle ore 5.30, 08.30, 11.30, 14.00 e alle 20.10).

Ustica, 27 giugno 1980 (19.00 e in replica il giorno successivo alle ore 13.10), in cui si ripercorre la ricerca della verità sull'accaduto.

I-Tigi a Gibellina – Racconto per Ustica (21.10 e in replica il 28 giugno alle 9.10 e il 29 giugno alle ore 6.00) di Marco Paolini.

BOCCADUTRI. – *Alla Presidente e al Direttore generale della Rai.* – Premesso che:

il rispetto degli orari del palinsesto consente agli spettatori di scegliere agevolmente tra i programmi da seguire ed è un elemento caratteristico dell'azienda;

diverse volte, da ultimo nella puntata del 20 giugno, il protrarsi della trasmissione « Cartabianca » non ha consentito l'inizio della trasmissione seguente, « Linea Notte » all'orario previsto;

il conduttore di Linea Notte, Maurizio Mannoni, scusandosi per il ritardo, nella puntata del 20 giugno ha ipotizzato uno « sfregio » da parte del programma precedente e ha « auspicato che qualcuno intervenga »;

si chiede di sapere:

se l'azienda sia a conoscenza di tale situazione e se e in quale modo ritenga di intervenire. (631/3055)

RISPOSTA. – *In merito all'interrogazione in oggetto si informa di quanto segue.*

Martedì 20 giugno 2017 è andata in onda l'ultima puntata di #cartabianca serale. La scaletta era molto ricca anche di ospiti proprio per chiudere la serie con un importante ascolto (obiettivo peraltro raggiunto, con 1,2 milioni medi di ascolto corrispondenti ad una quota del 6,2 per cento). In studio era presente il sindaco di Roma Virginia Raggi, che in seguito alla chiusura delle indagini da parte della Procura di Roma rischiava il rinvio a giudizio per le accuse di falso e abuso d'ufficio; tema, quindi, di grandissima attualità e soprattutto un'esclusiva a tutti gli effetti. Tra i diversi segmenti è da segnalare il collegamento con Andrea Camilleri (che, come è noto, non ama essere presente nei programmi televisivi). Per quanto concerne la gestione dei tempi, il segmento con il sindaco Raggi ha preso più spazio del previsto, per lo svolgersi dell'intervista; analogamente il collegamento con Camilleri, a causa di difficoltà di carattere tecnico, ha occupato più tempo di quello programmato in scaletta. A questo è da aggiungere l'attacco kamikaze a Bruxelles, di cui la conduttrice ha dato prontamente conto in diretta collegandosi con il corrispondente locale di Rainews e aggiornando in tempo reale i telespettatori sull'evento. La prima parte del programma, in sintesi, è durata più del previsto per le ragioni sopra sintetizzate, e non è stato operativamente possibile recuperare tale sfioramento nella seconda parte. Si è pertanto giunti alla fine del programma con un ritardo di 8 minuti, poi aumentati a 10 per via dei saluti e dei ringraziamenti finali che di prassi concludono un ciclo di messa in onda. Si è trattato, in definitiva, di una giornata densa di contenuti e piena di situazioni giornalmicamente interessanti che hanno occupato tempi superiori a quelli originariamente previsti; la conduttrice, pur nella consapevolezza delle criticità connesse allo sfioramento, ha ritenuto potesse eccezionalmente risultare prevalente l'esigenza degli ascoltatori di essere aggiornati con completezza sui temi di cui si era occupato il programma.

FICO. — *Alla Presidente e al Direttore generale della Rai.* — Premesso che:

con interrogazione del 1° giugno 2017 Mirella Liuzzi, componente della Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, chiedeva alla Rai chiarimenti sulle spese effettuate da Monica Maggioni — prima in qualità di direttrice della testata Rainews 24 e, successivamente, in qualità di Presidente della Rai — per la presentazione del suo libro « Terrore mediatico », edito da Laterza;

nell'atto di controllo parlamentare si richiedeva ai vertici aziendali di chiarire se « per i viaggi citati in premessa la Rai abbia corrisposto all'allora direttore di Rainews 24 e attuale Presidente della Rai Monica Maggioni vari importi a titolo di rimborsi spese e indennità di missione o trasferta e di accertare se per i sopraelencati viaggi e per quelli riportati dall'articolo del quotidiano "La Verità" (il 17 maggio 2017, ndr), Monica Maggioni risultasse in trasferta o in ferie »;

con risposta del 19 giugno 2017, la Rai specificava che « secondo le *policies* aziendali, la partecipazione dei Direttori di Rete o Testata ad eventi pubblici è da considerare in linea con l'incarico ricoperto nella misura in cui si tratti di occasioni nelle quali vengono affrontati temi coerenti con il mandato editoriale assegnato; in tale quadro la presenza di personalità aziendali riconoscibili a dibattiti, conferenze, presentazioni e altre occasioni simili, è dunque ritenuta non solo quale una componente dell'incarico affidato ma, ancor di più, elemento di promozione e valorizzazione dell'immagine della Rai »;

è perciò alla luce di tale « elemento di promozione e valorizzazione dell'immagine della Rai » che la concessionaria del servizio pubblico riconosce di aver sostenuto economicamente « tutte le occasioni di dibattito che prevedevano la presentazione » del libro di Monica Maggioni « Terrore mediatico », considerate « opportunità coerenti ed utili nell'ottica del mandato

editoriale dell'azienda », ciò in quanto il libro è incentrato sulle tecniche di comunicazione dell'ISIS ed è stato perciò considerato « parte di una scelta editoriale divenuta poi comune all'azienda e utile alla valorizzazione » del canale Rainews;

alla luce di quanto riportato dall'azienda, appare dunque utile comprendere se tale valore di un'opera di un dipendente dell'azienda sia stato eccezionalmente riconosciuto a Monica Maggioni nel caso in oggetto, ovvero se si tratti — per così dire — di una prassi aziendale;

allo scrivente il caso in oggetto appare infatti del tutto peculiare, considerato che (anche recentemente) le opere di altri direttori di rete o testata sono state pubblicate con il marchio editoriale di Rai Eri — in edizione esclusiva o in coedizione — mentre « Terrorismo mediatico » di Monica Maggioni è stato pubblicato integralmente da un soggetto terzo;

si chiede di sapere:

per quali ragioni il libro « Terrorismo mediatico », considerati il valore dell'opera in oggetto e la sua stretta connessione con il mandato editoriale assegnato, non sia stato edito da Rai Eri;

se Monica Maggioni abbia richiesto e con quali precise motivazioni l'autorizzazione a partecipare agli eventi di presentazione del proprio libro e se, in caso affermativo, abbia richiesto e con quali precise motivazioni la copertura delle spese di vitto, alloggio, trasporto ovvero di qualunque altra spesa connessa agli eventi di presentazione del libro « Terrore mediatico »;

chi abbia autorizzato la partecipazione agli eventi di presentazione del libro in oggetto e chi, successivamente, abbia autorizzato le spese per le presentazioni del libro « Terrorismo mediatico », sia quelle svolte da Monica Maggioni in qualità di direttrice di Rainews 24, sia quelle svolte in qualità di Presidente della Rai (quali, ad esempio, le presentazioni di

Pescasseroli e Ferrara avvenute, rispettivamente, il 20 agosto 2015 e il 5 ottobre 2015);

se la copertura delle spese per le presentazioni del libro «Terrorre mediatico» – considerate «opportunità coerenti ed utili nell’ottica del mandato editoriale dell’azienda» – costituisca un precedente oppure rientri in una prassi aziendale, e in quest’ultimo caso quali siano i precedenti più recenti di opere pubblicate da giornalisti della Rai con editori terzi ma le cui presentazioni siano state fatte a carico dell’azienda;

se l’Ufficio Stampa Rai abbia contribuito in qualsiasi misura alla promozione o comunicazione di una delle diverse presentazioni del libro «Terrorre mediatico», effettuate da Monica Maggioni prima in qualità di direttrice di Rainews 24 e poi di Presidente della Rai. (632/3056)

RISPOSTA. – *In merito all’interrogazione in oggetto si informa di quanto segue.*

I casi citati nell’interrogazione di cui sopra rientrano nella fattispecie della partecipazione da parte di dipendenti Rai a convegni, incontri, tavole rotonde, dibattiti e conferenze; tali fattispecie sono – con riferimento ai Direttori – regolate da normative e prassi aziendali. In tale contesto, la partecipazione ad eventi e dibattiti sul tema dell’ISIS da parte dell’allora Direttore di Rai News24, avvenuti a seguito della sua scelta di non trasmettere più i video integrali di propaganda dell’Isis e della pubblicazione del libro «Terrorre mediatico», che dava conto in un contesto di analisi e ricerca di tale decisione, fu ritenuta parte stessa di una scelta editoriale divenuta poi comune all’azienda, come dimostrano i numerosi interventi sui media e lo stralcio dell’intervento dell’allora Direttore generale Rai, Luigi Gubitosi, di fronte alla Commissione Parlamentare per i Diritti e i Doveri relativi ad Internet del 30/03/2015. Ciò premesso, e ribadita la coerenza con il mandato editoriale delle azioni oggetto dell’interrogazione, si tiene a precisare in questa sede, per maggior chia-

rezza, il dettaglio delle trasferte effettuate in correlazione alla presentazione del libro «Terrorre Mediatico». Innanzitutto, nessuna trasferta relativa all’oggetto è stata effettuata dalla dottoressa Maggioni a spese della Rai nel periodo della sua Presidenza. Secondariamente, degli otto incontri pubblici sulla tematica del libro effettuati nel periodo di Direzione di Rai News 24, ribadito tutto quanto in premessa: cinque non hanno comportato alcun esborso per Rai; uno (Polignano) non ha comportato per Rai alcun pagamento di trasporto, vitto o alloggio; uno (Milano) ha comportato il pagamento del solo viaggio di andata in treno; uno (Torino) non può certo essere considerata trasferta all’esclusivo fine della discussione sulle tematiche del libro, trattandosi di una presenza ben più ampia (tre giorni) del Direttore di Rai News24 nel contesto delle attività della Rai al Salone del Libro che vedono infatti ogni anno molte figure aziendali coinvolte in attività coerenti con il proprio ruolo.

BRUNETTA. – *Alla Presidente e al Direttore generale della Rai. – Premesso che:*

il 23 giugno 2017 il Consiglio di amministrazione della Rai ha approvato la delibera con cui è stato rinnovato il contratto in esclusiva per quattro anni al conduttore Fabio Fazio che, come riportato dalle maggiori agenzie di stampa, ammonterebbe a circa 11 milioni e 776 mila euro, ovvero 2,8 milioni annui circa, mentre quello precedente era di 1,8 milioni di euro annui;

il contratto in questione, che ha conosciuto un vertiginoso aumento rispetto al precedente, è da considerarsi, ad avviso dell’interrogante, contra legem poiché il Consiglio di amministrazione della Rai ha palesemente violato quanto previsto dall’articolo 9 della legge 26 ottobre 2016, n. 198 sul limite retributivo di 240.000 euro annui da applicare ai contratti di collaborazione e di natura artistica;

con l'approvazione della delibera citata il Consiglio di amministrazione della Rai ha altresì violato la delibera precedente, adottata lo scorso 4 giugno 2017, attraverso la quale è stata prevista una riduzione dei compensi in misura almeno pari al 10 per cento che, senza alcuna ragione, fissa un limite dei compensi delle *star* difforme rispetto a quanto stabilito dalla summenzionata disposizione di legge;

come riportato dalle maggiori agenzie di stampa, sembrerebbe che la Rai abbia siglato un contratto sia con Fabio Fazio e sia con una società che verrà fondata dallo stesso conduttore che deterrà il *format* di *Che tempo che fa*;

nello specifico sembrerebbe che il contratto con Fazio ammonterebbe a 2.240.000 euro l'anno (8.960.000 euro complessivi) per realizzare 32 prime serate della domenica e 32 seconde serate il lunedì su Rai 1 a cui si aggiungono i 2.816.000 euro che la Rai pagherebbe alla società di Fazio per i diritti del *format*;

quanto appena riportato evidenzia che l'affidamento delle produzioni esterne da parte della Rai avviene in assenza di regole e procedure puntuali e che la selezione dei fornitori piccoli e medi da parte della medesima Società viene svolta in violazione dei principi di trasparenza ed equità;

ad avviso dell'interrogante oltre alla violazione di legge si ravvisa una evidente lesione del principio di trasparenza poiché la delibera citata oltre a non essere stata pubblicata non è nemmeno pervenuta ai membri della Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, principale organo di controllo del Parlamento sulla tv di Stato;

la pubblicazione della citata delibera è un atto dovuto ai contribuenti e servirebbe a fare maggiore chiarezza a fronte delle indiscrezioni che sono apparse sulla stampa e sul *web* svelando i dettagli del rinnovo del contratto del conduttore Fabio Fazio;

il miglioramento della qualità di un servizio pubblico pagato dai cittadini attraverso il canone passa necessariamente attraverso la responsabilizzazione dei gestori del medesimo servizio e che garantire trasparenza è un aspetto fondamentale per responsabilizzare a pieno i vertici Rai;

si chiede di sapere:

se i vertici della Rai non ritengano necessario fare chiarezza circa l'attuale contratto che lega il conduttore Fabio Fazio all'azienda del servizio pubblico radiotelevisivo rendendo pubblica la delibera con cui è stato stabilito il rinnovo del contratto stesso. (633/3059)

RISPOSTA. — *In merito all'interrogazione in oggetto si informa di quanto segue.*

Sotto il profilo dei contenuti, l'accordo con Fazio prevede: contratto di esclusiva per quattro stagioni televisive che prevede le prestazioni artistiche relative a 32 prime serate e 32 seconde serate del programma « Che tempo che fa » e/o programmi analoghi oltre a eventuali ulteriori prestazioni artistiche relative a prime serate di intrattenimento (serate evento o cicli), prime serate di carattere istituzionale e al Festival di Sanremo; contratto con la società di produzione per l'acquisizione della licenza sul format per quattro stagioni televisive in funzione dell'affidamento alla società stessa della realizzazione in regime di appalto parziale del programma « Che tempo che fa » e contestuale affidamento dell'appalto parziale per la realizzazione del programma per la stagione 2017/2018. Su questo specifico aspetto, pur trovandosi in presenza di una nuova società di produzione, Rai ha proposto e ottenuto di continuare a realizzare il programma negli studi del Centro di Produzione di Milano avvalendosi quindi delle sue professionalità e risorse. Ancora, sono state richieste e ottenute specifiche garanzie sull'affidabilità tecnico-organizzativa della costituenda società; in particolare sul punto lo stesso artista Fabio Fazio è garante e quindi risponde in prima persona anche delle obbligazioni assunte dalla sua società.

La Rai ha ritenuto opportuno procedere all'approvazione del contratto per le seguenti principali motivazioni: editoriali: intercettare un pubblico ancora più vasto di quello fidelizzato in questi anni su Rai 3 mantenendo le caratteristiche di qualità ed autorevolezza del programma, con l'obiettivo di consolidare ed arricchire il profilo dell'offerta della Rete principale della Rai, potenziare e differenziare la sua offerta di intrattenimento puntando su un programma consolidato, un unicum nel suo genere tanto da diventare un vero e proprio marchio, che fin dal suo esordio nel 2003 nella fascia di access del weekend di Rai 3 ha saputo evolversi trovando una formula vincente di intrattenimento culturale capace di coniugare gli ascolti con qualità, identità, credibilità e autorevolezza nei confronti del pubblico e del mondo della cultura, dello spettacolo, delle istituzioni e della società; economiche: innestare su Rai 1 un programma di prima serata con un costo totale pari a meno della metà di quello mediamente sostenuto per le prime serate di intrattenimento trasmesse su Rai 1, e con un ricavo pubblicitario che si colloca su livelli significativamente superiori.

Per quanto attiene alla tematica della pubblicazione della delibera sul sito, la Rai si attiene alle disposizioni della legge 28 dicembre 2015, n. 220, che all'articolo 2 introduce « il Piano per la trasparenza e la comunicazione aziendale ... per rendere conoscibili alla generalità degli utenti le informazioni sull'attività complessivamente svolta dal consiglio di amministrazione » e individua specificamente i dati che devono essere pubblicati sul sito internet della società.

ROSSI. — *Alla Presidente e al Direttore generale della Rai.* — Premesso che:

domenica scorsa, 25 giugno, in seconda serata, sono andate in onda sui tre principali canali Rai ben tre produzioni sugli esiti dei ballottaggi nel nostro Paese: una su Rai1, un'altra su Rai2 e l'altra su Rai3;

pur concordando sulla rilevanza dell'evento, la sovrapposizione e concorrenza tra canali dello stesso gruppo appare contraria al buon senso di una programmazione differenziata che sarebbe auspicabile all'interno dello stesso gruppo editoriale ed è uno spreco di denaro pubblico;

essendo iniziata ad aprile la nuova concessione, assegnata senza aver stabilito alcun obbligo per il concessionario, senza un piano *news*, senza unificazione delle redazioni come avviene in ogni parte d'Europa e senza definizione del contratto di servizio, dai fatti sembra che proprio nulla sia cambiato rispetto alla vecchia concessione e che gli sperperi in produzioni identiche sia rimasto tale e quale alla precedente amministrazione;

si chiede di sapere:

se sullo stesso tema siano stati prodotti altri programmi sui canali Rai, ad esempio su Rai News 24, e cos'altro sulle radio dell'azienda;

quale sia la necessità di produrre programmi simili su canali dello stesso gruppo;

quante siano state le persone utilizzate per le programmazioni, canale per canale, e il loro totale;

che posizione intenda prendere l'azienda su questi fatti e se si ritiene che questa sarà la nuova Rai che produce non meno di tre programmi identici in concorrenza fra loro. (634/3060)

RISPOSTA. — *In merito all'interrogazione in oggetto si informa di quanto segue.*

La programmazione speciale dedicata il 25 giugno scorso ai risultati dei ballottaggi delle elezioni comunali è stata costruita reiterando, in una logica di continuità sequenziale, il modello adottato per il primo turno dell'11 giugno, così articolato:

Rai 1 (22.50-1.37): « Speciale Porta a Porta », in collaborazione con il TG1;

Rai 3 (22.50-1.43): « TG3-Linea Notte ». Nella pausa di « Linea Notte »

(24:00-24:08): « TGR Speciale amministrative », nelle regioni interessate dalla consultazione elettorale;

Rai 2 (23.48-24.03): « TG2 Speciale Elezioni amministrative ».

Questa modalità di programmazione, che deriva da una prassi ormai consolidata, adottata nelle consultazioni elettorali amministrative degli ultimi anni si fonda su un'offerta composta da un mix di programmi caratterizzati da modelli e linguaggi differenziati di analisi/approfondimento, rivolti a target di pubblico diversificati:

quelli più ampi di Porta a Porta/Tg1 tipici della Rete ammiraglia, da un lato; quelli di « Linea Notte » e di Rai 3 dall'altro; il racconto ed il focus « local » propri della mission della TGR; la copertura « flash » del TG2 con una finestra di 15 minuti in terza serata.

ROSSI. – Alla Presidente e al Direttore generale della Rai. – Premesso che:

si è svolta il giorno 25 giugno scorso, la gara del GP d'Azerbaijan a Baku, ottava tappa del Mondiale F1 2017;

la gara è andata in onda in diretta su Sky alle ore 15.00 e su tutti i media nonché siti e social, sono state rese note le classifiche;

la gara è stata trasmessa in differita su Rai2 alle 21.10;

l'impostazione della trasmissione della Rai, i commenti, i vari collegamenti hanno fatto credere agli utenti che la gara fosse in diretta e non in differita. Questo metodo di proporre le repliche sportive, trae certamente in inganno il telespettatore che, se non ben informato, crede di guardare una diretta tv. Altresì crea discredito all'azienda tra gli utenti che sono a conoscenza che si tratta di differita registrata e che il passaggio in diretta in realtà è andato in onda su un'altra rete, anche se a pagamento;

il modo di gestire la telecronaca con frasi del tipo « ...sta per partire il Gran premio di ... », « ... ci colleghiamo con il nostro inviato !... », senza una chiara evidenziazione del fatto che la telecronaca è in realtà in differita, non costituisce una gestione trasparente delle trasmissioni da parte dell'azienda del servizio pubblico. In assenza di una costante evidenziazione del fatto che la trasmissione è in differita, l'utente finale, che magari si è collegato in un momento successivo all'inizio della trasmissione, non può che essere ingannato da questo comportamento;

il servizio pubblico, che percepisce miliardi di euro dai contribuenti, deve essere sempre e totalmente trasparente;

si chiede di sapere:

chi abbia autorizzato questa messa in scena e presa in giro degli utenti;

se questa differita, mascherata da diretta, sia considerata programma di servizio pubblico o programma commerciale;

quale sia il costo dei diritti acquistati e da chi siano stati acquistati;

i costi relativi al personale impegnato dalla Rai e a eventuali services esterni;

quante persone della Rai sono andate a seguire la gara in Azerbaijan;

come intenda comportarsi l'azienda nelle prossime gare e se ritenga che sia ancora necessario acquistare diritti per la differita. (635/3061)

RISPOSTA. – In merito all'interrogazione in oggetto si informa di quanto segue.

La programmazione relativa alla F1 – ai sensi delle disposizioni dell'articolo 9 del Contratto di servizio 2010-2012 – rientra nell'ambito del genere predeterminato « Informazione e programmi sportivi » di cui al punto d) del comma 2 del succitato articolo 9; in tale quadro, come previsto nello schema approvato dall'Autorità per le Garanzie delle Comunicazioni ai sensi delle disposizioni dell'articolo 47 del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofo-

nici, i relativi costi sono inseriti nell'Aggregato A del bilancio redatto con la contabilità separata.

La trasmissione in differita di metà dei gran premi di F1 (gli altri sono in diretta) avviene regolarmente e con la stessa modalità da cinque anni, dal 2013. La trasmissione è regolata da un contratto con F.O.M. (la società organizzatrice) che stabilisce regole tassative. La violazione di tali regole (ad esempio divieto di tagliare o interrompere la gara, embargo di almeno tre ore prima della messa in onda) costringerebbe Rai al pagamento di penali.

Inoltre il modello attuale di telecronaca risulta essere quello maggiormente gradito al pubblico, che chiede, attraverso i social, di non diffondere notizie sul gran premio nei telegiornali proprio per vivere la differita come se fosse una diretta. Non a caso, proprio la differita del gran premio di Baku è stata la trasmissione con il più alto ascolto della serata di domenica 25 giugno facendo registrare un ascolto molto elevato, con una media di 2.785274 spettatori per uno share medio del 14,43 per cento.

Da ultimo si evidenzia che a Baku – per la realizzazione dei programmi collegati al Gran Premio – erano presenti per Rai: un giornalista, un operatore e un montatore.

ROSSI. – Alla Presidente e al Direttore generale della Rai. – Premesso che:

la Rai ha avuto una nuova concessione dal Governo in data 27 aprile;

detta concessione e la relativa convenzione sono prive di qualsiasi obbligo da parte del concessionario mentre, per normativa nazionale ed europea, sulla concessione, gli obblighi andavano stabiliti contestualmente al rilascio della stessa;

la concessione è stata invece rilasciata, rimandando ad atti successivi senza alcuna definizione dei tempi il piano news, editoriale, industriale e in particolare la definizione del contratto di servizio tra Governo e Rai;

detta concessione ha un valore di 20 miliardi di euro di denaro pubblico prelevato ai cittadini direttamente dalla bolletta elettrica;

non esiste nessuna trasparenza da parte del concessionario su quali siano definibili i programmi di servizio pubblico e quali quelli commerciali;

l'Europa ha indicato che i programmi commerciali debbano essere nettamente distinti da quelli finanziati dal canone;

le norme italiane vietano nelle società pubbliche o controllate compensi superiori ai 240 mila euro annui;

la Rai ritiene che in caso vi siano artisti che determinano importanti ritorni pubblicitari sia doveroso cercare di tenerli legati all'azienda anche consentendo loro contratti che non rispettano i limiti imposti dalle attuali normative in termini di tetto ai compensi;

è stato stabilito che il programma condotto da Fabio Fazio abbia un valore commerciale che motivi un contratto di 11.2 milioni di euro;

detto programma riceve benefici dal canone di abbonamento dei cittadini italiani ma riceve altresì, da quanto dichiarato, importanti contratti pubblicitari. Questa situazione evidenzia un palese vantaggio competitivo di Rai verso altri soggetti che avrebbero proposto a Fabio Fazio di andare a condurre un programma sulle loro reti. Infatti, così come dichiarato dalla Presidente Maggioni, la Rai ha dovuto rispondere a tali proposte, peraltro non è noto da parte di chi e a quali condizioni, firmando un nuovo contratto con Fazio perché l'eventuale perdita del programma avrebbe determinato, secondo la Presidente, una situazione di grave pregiudizio per la Rai. Pertanto viene confermato dalle dichiarazioni della Presidente Maggioni che la Rai con il denaro pubblico, che è a tutti gli effetti un aiuto di Stato, si approfitta del vantaggio competitivo, derivante dal canone e dall'introduzione nel programma di spazi pubblicitari, che danneggia i concorrenti privati;

si chiede di sapere:

se il programma di Fabio Fazio sia considerato dalla Rai di servizio pubblico o commerciale;

se i costi previsti per il conduttore Fabio Fazio siano differenziati dai costi della società di produzione;

quale sia la società di produzione e cosa comprenda il contratto;

se sia stato valutato di utilizzare il personale della Rai, anziché appaltare tutto il programma ad un soggetto esterno, per la produzione, regia, montaggi e ogni altra forma di apporto tecnico professionale che il personale Rai è in grado di offrire al pari e meglio di altri soggetti esterni;

quale sia l'importo di canone destinato a questa produzione e se sia previsto anche l'inserimento della pubblicità;

nel caso in cui sia previsto un introito pubblicitario, quale sia l'obiettivo di raccolta sul programma da parte di Sipra e i prezzi di vendita;

in quale modo sia valutato il fatto che da una parte è approvato dal Consiglio di amministrazione un contratto che travalica la normativa sul limite ai compensi e dall'altra è consentita la vendita di pubblicità all'interno del programma;

quale sia la percentuale di costo addebitato a introiti derivanti da canone e quale quella derivante dall'introito da spazi pubblicitari;

come vengano apposti a bilancio il costo e i ricavi di detto programma, vista la trasparenza richiesta dall'Europa di separazione contabile che dovrebbe diventare, specie con la nuova concessione, una separazione funzionale. (636/3066)

RISPOSTA. – *In merito all'interrogazione in oggetto si informa di quanto segue.*

Il programma « Che tempo che fa » – ai sensi delle disposizioni dell'articolo 9 del Contratto di servizio 2010-2012 – rientra nell'ambito del genere predeterminato « Informazione e approfondimento generale » di cui al punto a) del comma 2 del succitato articolo 9; in tale quadro, come previsto nello schema approvato dall'Autorità per le Garanzie delle Comunicazioni ai sensi delle

disposizioni dell'articolo 47 del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, i relativi costi sono inseriti nell'Aggregato A del bilancio redatto con la contabilità separata.

Sotto il profilo dei contenuti, l'accordo con Fazio prevede anche un contratto con la società di produzione per l'acquisizione della licenza sul format per quattro stagioni televisive in funzione dell'affidamento alla società stessa della realizzazione in regime di appalto parziale del programma « Che tempo che fa » e contestuale affidamento dell'appalto parziale per la realizzazione del programma per la stagione 2017/2018. Su questo specifico aspetto, pur trovandosi in presenza di una nuova società di produzione, Rai ha proposto e ottenuto di continuare a realizzare il programma negli studi del Centro di Produzione di Milano avvalendosi quindi delle sue professionalità e risorse. Ancora, sono state richieste e ottenute specifiche garanzie sull'affidabilità tecnico-organizzativa della costituenda società; in particolare sul punto lo stesso artista Fabio Fazio è garante e quindi risponde in prima persona anche delle obbligazioni assunte dalla sua società.

Per quanto attiene all'inserimento di spazi pubblicitari, la Rai si attiene alle relative disposizioni normative e regolamentari.

ANZALDI – *Alla Presidente e al Direttore generale della Rai.* – Premesso che:

secondo quanto riportato su alcuni quotidiani del 7 luglio, il nuovo contratto con Fabio Fazio che ha avuto il via libera del consiglio di amministrazione prevede che per le prossime edizioni di « Che tempo che fa » la produzione della trasmissione non sia più affidata a Endemol, come negli anni passati, ma a una costituenda società di cui sarebbero soci alla pari lo stesso conduttore Fazio e la casa di produzione Magnolia;

nel 2007 Magnolia è stata acquisita da Zodiak, che fa parte del Gruppo De Agostini, e che a gennaio 2016, come riportato dal quotidiano « Il Sole 24 Ore »,

Zodiak si è fusa con il gruppo francese Banijay, dando vita ad una multinazionale che ha tra i soci Vivendi al 26,2 per cento;

Vivendi è socio di rilievo di Mediaset, con una quota del 28,8 per cento;

secondo quanto riportato da « *Il Sole 24 ore* » il 7 luglio, il contratto di appalto parziale alla costituenda società Fazio/Magnolia prevedrebbe un valore di 2,8 milioni di euro all'anno per un totale di 11,2 milioni per i quattro anni di contratto;

lo scrivente ha presentato un esposto all'Autorità Nazionale Anticorruzione, presieduta dall'ex magistrato Raffaele Cantone, sull'opportunità che un appalto venga assegnato dalla Rai, con il voto favorevole del consiglio di amministrazione, ad una società che ancora non esiste;

secondo quanto riportato dall'agenzia Ansa lo scorso 6 luglio, l'accordo tra la Rai e questa costituenda società dovrebbe arrivare entro il 20 settembre e che quindi non ci sarebbe ancora nulla di definitivo;

sul contratto a Fazio la Procura regionale del Lazio ha aperto un'indagine, secondo quanto riportato dal quotidiano « *Il Messaggero* » il 6 luglio, affidata dal procuratore capo Andrea Lupi al viceprocuratore generale Massimiliano Minerva;

si chiede di sapere:

se risponda al vero che la Rai pagherà la produzione della trasmissione di Fabio Fazio, che va in onda dagli studi Rai da 14 anni, ad una nuova società di cui sarebbero soci al 50 per cento lo stesso conduttore e la casa di produzione Magnolia, la cui proprietà è in mano anche al colosso francese Vivendi, socio Mediaset al 28,8 per cento;

se far entrare un proprio concorrente in un *business* garantito con un contratto quadriennale, che prevede introiti certi senza alcun rischio, non sia un atteggiamento contrario ai doveri di buona amministrazione in capo ai componenti del consiglio di amministrazione della Rai;

se non sia contrario non soltanto al buonsenso, ma anche alle leggi sugli appalti assegnare un appalto parziale ad un'azienda che ancora non esiste;

per quale motivo la produzione di « Che tempo che fa » venga assegnata ad una società che non se ne è mai occupata, che non è titolare dei diritti né del *format* e che verrebbe solo chiamata a partecipare agli utili certi di un contratto quadriennale non legato a risultati e ascolti. (637/3077)

RAMPELLI – *Alla Presidente e al Direttore generale della Rai.* – Premesso che:

la Rai ha confermato l'ingaggio di Fabio Fazio alla conduzione del programma « Che tempo che fa », trasmesso su Raitre, garantendogli un compenso di 11,2 milioni di euro in quattro anni;

la retribuzione corrisposta al conduttore supera di oltre due milioni di euro il tetto ai compensi stabilito per i manager della pubblica amministrazione, e che appare in evidente contrasto con le esigenze di contenimento della spesa in ambito pubblico, al quale anche la Rai appartiene, essendo finanziata con il denaro dei contribuenti;

oltre al compenso milionario, Fazio si sarebbe visto riconoscere anche alcune clausole aggiuntive contenute nel nuovo contratto che porterebbero l'esborso complessivo sopportato dalla Rai per il prossimo quadriennio alla esorbitante cifra di settanta milioni di euro;

tra le clausole, stando a quanto riferito da organi di stampa, figurerebbero il passaggio della produzione del programma a una società di proprietà dello stesso Fazio, e la vendita del *format* del programma, che Fazio avrebbe ceduto alla Rai per un importo di seicentomila euro l'anno;

la nuova società di produzione di proprietà del conduttore, inoltre, non ri-

sulterebbe ancora neanche costituita, e avrebbe ottenuto l'affidamento dell'incarico senza una regolare gara;

la Corte dei conti ha aperto un'indagine sugli emolumenti per Fabio Fazio e sui costi legati alla sua trasmissione;

il danno erariale non è l'unico che emerge da questa vicenda, nella quale appare, purtroppo, in modo chiaro anche un inestimabile danno d'immagine procurato alla Tv di Stato da una decisione che rappresenta un vero e proprio schiaffo ai cittadini che pagano il canone:

si chiede di sapere:

se non ritenga di rivedere i contenuti del contratto firmato con il conduttore nel senso di una maggiore rispondenza delle spese sostenute dalla Rai alle esigenze di contenimento della spesa pubblica che dovrebbero regolare tutte le istituzioni a fronte della grave crisi economica nella quale versa l'Italia, nonché al fine di sanare le eventuali irregolarità in essere, con particolare riferimento all'affidamento della produzione del programma ad una società ancora inesistente. (638/3078)

RISPOSTA. – *In merito alle interrogazioni in oggetto [637/3077 e 638/3078] si informa di quanto segue.*

La Rai ha sottoscritto un contratto preliminare con l'artista Fabio Fazio che prevede:

(a) la formalizzazione, entro il mese di luglio 2017, di un long form avente ad oggetto, tra l'altro, le prestazioni artistiche di Fazio in qualità di autore e conduttore di programmi (tra i quali « Che tempo che fa »);

(b) la formalizzazione, nel mese di settembre 2017, di un long form avente ad oggetto, tra l'altro, la produzione del programma « Che tempo che fa ».

Tale contratto ha visto – in coerenza con le procedure aziendali – la condivisione da parte di tutte le strutture previste dal processo.

Nel predetto preliminare Fazio – confermando quanto già pubblicamente dichiarato – ha ribadito la sua intenzione, in qualità di titolare dei diritti del format del programma « Che tempo che fa », a partire dalla corrente stagione televisiva 2017/2018, di cederli ad una società terza da lui costituita, ponendo – come condizione inderogabile per la messa a disposizione di Rai del Format – proprio l'affidamento alla stessa della produzione del programma, quale garanzia di tutela artistico/editoriale del format da lui creato e gestito dalla società (formalmente costituita e denominata L'officina).

Solo una volta che la società sarà in possesso di tutti i requisiti, oltre che di moralità, anche organizzativi e professionali necessari per assicurare la produzione a regola d'arte del programma, Rai concluderà con la stessa il contratto di produzione.

Il contratto di produzione che Rai stipulerà a settembre con la società costituita da Fazio rientra tra i cd. « contratti esclusi » previsti sia dalla legge 220/2015 (Legge di riforma Rai) sia dal nuovo Codice dei contratti pubblici.

La Rai continuerà a valorizzare le proprie risorse e professionalità, realizzando il programma negli studi del Centro di Produzione di Milano in continuità con le precedenti edizioni.

Per quanto riguarda la presenza ne L'Officina di Magnolia (che vede nella propria compagine azionaria anche Vivendi, che a sua volta detiene una quota di Mediaset) si segnala quanto segue: in primo luogo Magnolia è una solida società del mercato audiovisivo italiano con cui la Rai lavora con soddisfazione da anni; in secondo luogo, Mediaset controllava già Endemol, la società che produceva il programma.

L'accordo presenta i seguenti elementi strutturali:

il costo unitario del compenso si riduce del 16 per cento: il compenso annuo complessivo dell'artista, infatti, risulta in linea con quello percepito nell'ultima stagione televisiva su Rai 3 pur in presenza di un volume di attività più elevato e destinato

alla rete ammiraglia. Nello specifico si passa dalle 110 ore di programmi realizzati su Rai 3 nella stagione 2016/2017 (di cui 92 del programma « Che tempo che fa » e 18 del programma « Rischiatutto ») a 128 ore per la stagione 2017/2018 di programmazione su Rai 1 (di cui 96 per le prime serate e 32 per le seconde serate) del programma « Che tempo che fa »;

il costo complessivo di una puntata del programma ammonta a circa 450 mila euro (di gran lunga inferiore a quello sostenuto nel palinsesto della domenica sera di Rai 1 nella stagione precedente) a fronte di ricavi pubblicitari netti stimati attorno ai 615 mila euro (dato significativamente superiore a quelli medi dei prodotti collocati la domenica sera nel palinsesto di Rai 1). Se solo si considera il primo aspetto – quello dei minori costi del programma di Fazio – si ottiene un risparmio annuale di 8 milioni di euro;

sotto il profilo editoriale, questa operazione consentirà di intercettare un pubblico ancora più vasto di quello fidelizzato in questi anni su Rai 3 mantenendo le caratteristiche di qualità ed autorevolezza del programma. L'obiettivo – in altri termini – è quello di consolidare ed arricchire il profilo dell'offerta della Rete principale della Rai, potenziando e differenziando l'intrattenimento puntando su un programma consolidato, un unicum nel suo genere tanto da diventare un vero e proprio mar-

chio, che fin dal suo esordio nel 2003 nella fascia di access del weekend di Rai 3 ha saputo evolversi trovando una formula vincente di intrattenimento culturale, capace di coniugare gli ascolti con qualità, identità, credibilità e autorevolezza nei confronti del pubblico e del mondo della cultura, dello spettacolo, delle istituzioni e della società. L'operazione, in altri termini, punta ai seguenti obiettivi:

mantenere uno degli artisti più importanti e prestigiosi del panorama televisivo, che con i positivi risultati del suo programma ha già portato a un incremento aggiuntivo dell'audience annua di Rai 3 nella misura di circa 1 punto percentuale;

migliorare il mix di offerta di Rai 1 portando stabilmente a tre serate settimanali l'intrattenimento di prima serata e introducendo un appuntamento fisso di seconda serata che, per temi e linguaggi, si differenzierà in modo sostanziale da quanto già presente nell'offerta della rete;

introdurre una lunga serialità di intrattenimento in prima serata capace di fidelizzare il pubblico e al tempo stesso di ridurre considerevolmente il costo medio, collocandosi su valori di gran lunga inferiori a quelli degli altri titoli di produzione;

rimodulare il fabbisogno del genere fiction liberando risorse da investire strategicamente su prodotti destinati ad altre fasce di programmazione e/o sulle iniziative di respiro internazionale.